



ettermiddagstur



Profilhåndbok
HALLINGDAL
2014

Innhold

Kvifor har Hallingdal fått sin eigen grafiske profil?.....	3
Hovedlogo	5
Sort/hvit.....	6
Produktmerking.....	8
Merkevarefamilie.....	9
Hva man ikke skal gjøre	12
Skriftsnitt.....	13
Farger	15
Grafiske element.....	16
Profilen i bruk	18
Brosjyremal.....	24
Annonser.....	26
Bildebruk	30
Produktmerking.....	34
Digitale medier	36



Kreator Kommunikasjon

Torget 6, 3570 Ål
32 08 25 60
post@kreator.no
kreator.no

Forsidefoto: fotograf Terje Bjørnsen

Kvifor har Hallingdal fått sin eigen grafiske profil?

I Hallingdal er det lange tradisjona for å samarbeide. Me er sterke kor for oss, men endå sterkare når me står samla. Hallingdal er ein mangfoldig dal med noko for ein kvar smak. Her kan du få alt du ønska deg anten du er innbyggjar, hyttehalling, turist ell næringsdrivande. Gjennom ein felles merkevareplattform og ein tydeleg profil vil me styrke vår felles identitet. Hallingdal som ei attraktiv merkevare skal byggjast opp gjennom tydeleg og bevisst kommunikasjon som er forankra i hallingen og hallingens tradisjona og historie. Dette vil gjera merkevara vår truverdig og medverke te ei positiv omdømebygging tå heile Hallingdal.

I Hallingdal arbeidast det kvar dag med å styrke regionen som bu- og arbeidsmarknad. Hallingdal er Norges mest besøkte reiseregion og me har eit levande næringsliv bestående tå landbruk, industri, handel og service-tjenester. Gjennom ein tydeleg

profil ynskjer me å yte «drahjelp» te desse satsningsområda. Difor ska vår nye merkevareplattform vera te bruk for både reiselivet, små og store næringsinteresser, lag og organisasjona og offentlege virksomheiter i heile dalen.

Sjølve profilen er eit avtrykk tå Hallingdal. Dette er våre fjell og våre fargar. Fargane speglar dei 4 årstidene, målarakunsten, bunadstradisjonar, handverk og den friske og leikne hallingen. Logoen utfordrar deg te å utforske og oppdage nye ting – akkurat som i Hallingdal. Innimellom fjella kan du sjå ein H. H'en står for Hallingdal og den symbolisera og vise at Hallingdal er møteplassen mellom aust og vest.

Merkevareplattforma er eit resultat tå tett samarbeid mellom Visit Hallingdal og Regionrådet for Hallingdal. Me har involvert ulike aktøra og næringsliv undervegs, for å få eit breidt engasjement og fleire synspunkt.

Innovasjon Norge har også vore ein medspelar i prosessen. For å skapa det kreative uttrykket og utforme det faglege designet har me samarbeida med Kreator Kommunikasjon. Hallingdal kan no smykke seg med ein logo og ein merkevareplattform som er;

Leiken, ekte, fri og frisk.

Velkommen te Hallingdal!

Ved spørsmål om Hallingdal sin grafiske profil er du velkomen te å kontakte oss:

Visit Hallingdal

Gamlevegen 6
3550 GOL
Tlf: 32 02 99 26
e-post: info@visithallingdal.com

Regionrådet for Hallingdal

Torpomoen
3579 TORPO
Tlf: 32 08 51 40
e-post: regionraadet@hallingnett.no



Hovedlogo









Logoen er låst og skal ikke endres i hverken form eller farge. Den finnes i to varianter, som benyttes etter skjønn.

Logoen settes primært på hvit bakgrunn, men kan også benyttes i negativ om nødvendig. Ved bruk på bilder skal logoen stå i ensfarget; enten sort, hvit eller omriss.

Bakgrunn for logo:



Logofarger:

	PMS 7531C CMYK 51:50:58:22 RGB 118:103:87		PMS 144C CMYK 0:52:94:0 RGB 219:137:22		PMS 7460C CMYK 100:28:16:0 RGB 0:130:190		PMS 485C CMYK 3:94:91:0 RGB 195:41:32
	PMS 421C CMYK 35:25:26:0 RGB 177:178:177		PMS 7408C CMYK 1:26:93:0 RGB 234:189:38		PMS 3265C CMYK 84:0:41:0 RGB 79:195:179		PMS 90% Black CMYK 0:0:0:90 RGB 33:33:37



Negativ

Logoen kan brukes i negativ (hvit tekst på mørk bakgrunn) variant der det er hensiktsmessig. Unntaksvis kan man bruke logovariant for produktmerking (se s. 8 og 34-35).

Sort/hvit

For å dekke ulike behov forekommer logoen i flere varianter: Sort, hvit, omriss og i sort/hvit. Sistnevnte bør kun brukes ved sort/hvit print. Den fargede versjonen skal prioriteres så langt det lar seg gjøre.



Produktmerking

Fargepaletten under viser logo-
varianter som kan brukes til
merking av hallingprodukt. Se
ytterligere beskrivelse og eksem-
pel på bruk side 34–35.



Merkevarefamilie

Logoen kommer i noen
skreddersydde varianter som
kun kan benyttes av Region-
rådet i Hallingdal og Visit

Hallingdal. Disse, som øvrige
logovarianter, skal ikke brukes
uten godkjenning fra over-
nevnte. Eventuelle nye under-

varianter skal avklares mellom
Regionrådet for Hallingdal og
Visit Hallingdal.



Sort/hvit



Ensfarget



Omriss



Sort/hvit



Ensfarget



Omriss



Hva man ikke skal gjøre

For å forhindre uønsket logo-versjoner er det her satt opp en liten oversikt over hva man absolutt ikke skal gjøre med logoen.



Strekke i noen retninger.



Endre på ikonfargene.



Sette inn eget firmanavn eller supplere med noe som helst.



Flytte eller endre størrelse på ikonet i forhold til Hallingdal.

Skriftsnitt

Logofonten Bonevo skal ikke benyttes til annet enn logoen. Avenir er en enkel sans serif font som skal brukes i brødtekst og titler. I tilfeller der ingen av profilfontene kan brukes skal fonten Arial brukes.vcv

Bonveno CF Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Avenir 85 Heavy (Tittel)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
0123456789

Avenir 35 Light Oblique (Ingress/sitat)

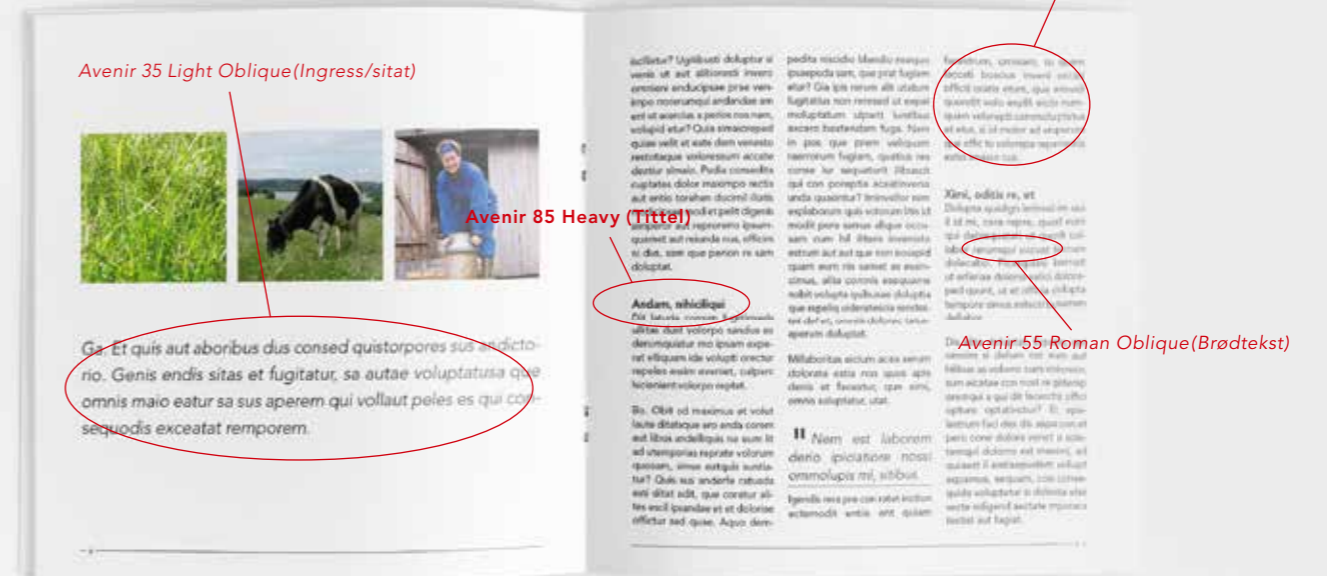
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
0123456789

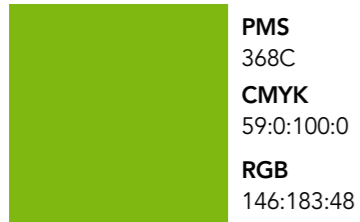
Avenir 55 Roman (Brødtekst)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
0123456789

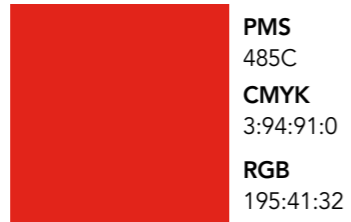
Avenir 55 Roman Oblique (Brødtekst)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
0123456789

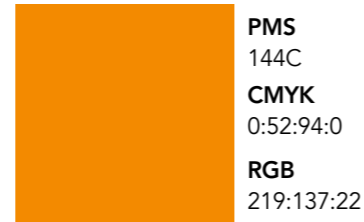




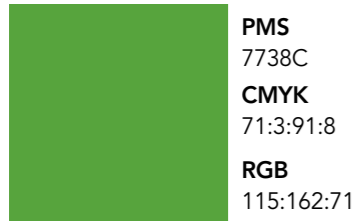
PMS
368C
CMYK
59:0:100:0
RGB
146:183:48



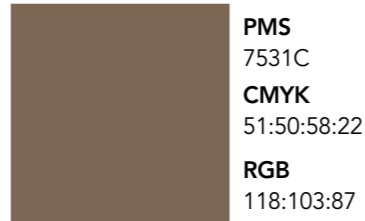
PMS
485C
CMYK
3:94:91:0
RGB
195:41:32



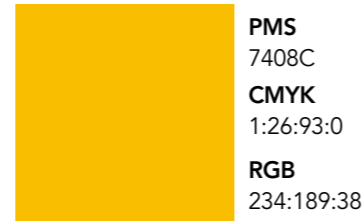
PMS
144C
CMYK
0:52:94:0
RGB
219:137:22



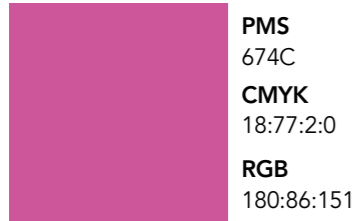
PMS
7738C
CMYK
71:3:91:8
RGB
115:162:71



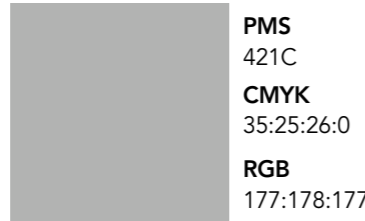
PMS
7531C
CMYK
51:50:58:22
RGB
118:103:87



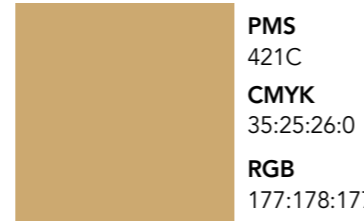
PMS
7408C
CMYK
1:26:93:0
RGB
234:189:38



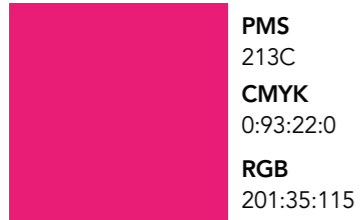
PMS
674C
CMYK
18:77:2:0
RGB
180:86:151



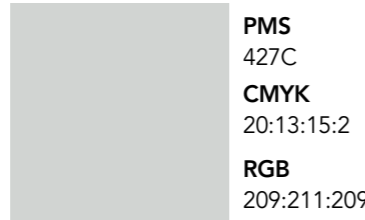
PMS
421C
CMYK
35:25:26:0
RGB
177:178:177



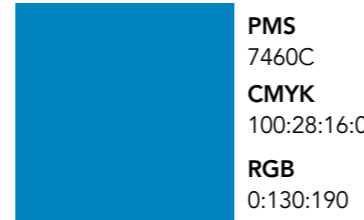
PMS
421C
CMYK
35:25:26:0
RGB
177:178:177



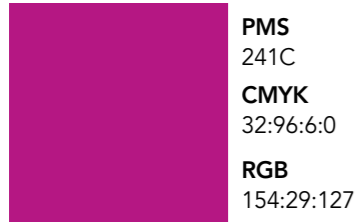
PMS
213C
CMYK
0:93:22:0
RGB
201:35:115



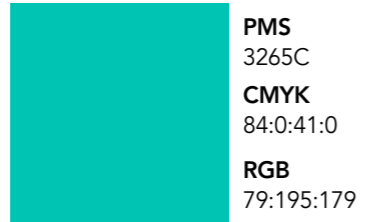
PMS
427C
CMYK
20:13:15:2
RGB
209:211:209



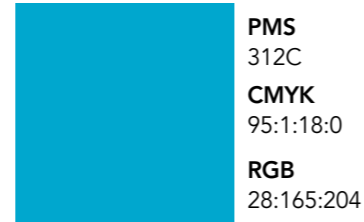
PMS
7460C
CMYK
100:28:16:0
RGB
0:130:190



PMS
241C
CMYK
32:96:6:0
RGB
154:29:127



PMS
3265C
CMYK
84:0:41:0
RGB
79:195:179



PMS
312C
CMYK
95:1:18:0
RGB
28:165:204

Farger

I alt består profilen av 15 ulike farger. Disse fargene skal ikke endres og man skal bruke fargekodene. Fargene brukes i hovedsak i de grafiske elementene, men kan også trekkes ut enkeltvis og dekke hele flater.

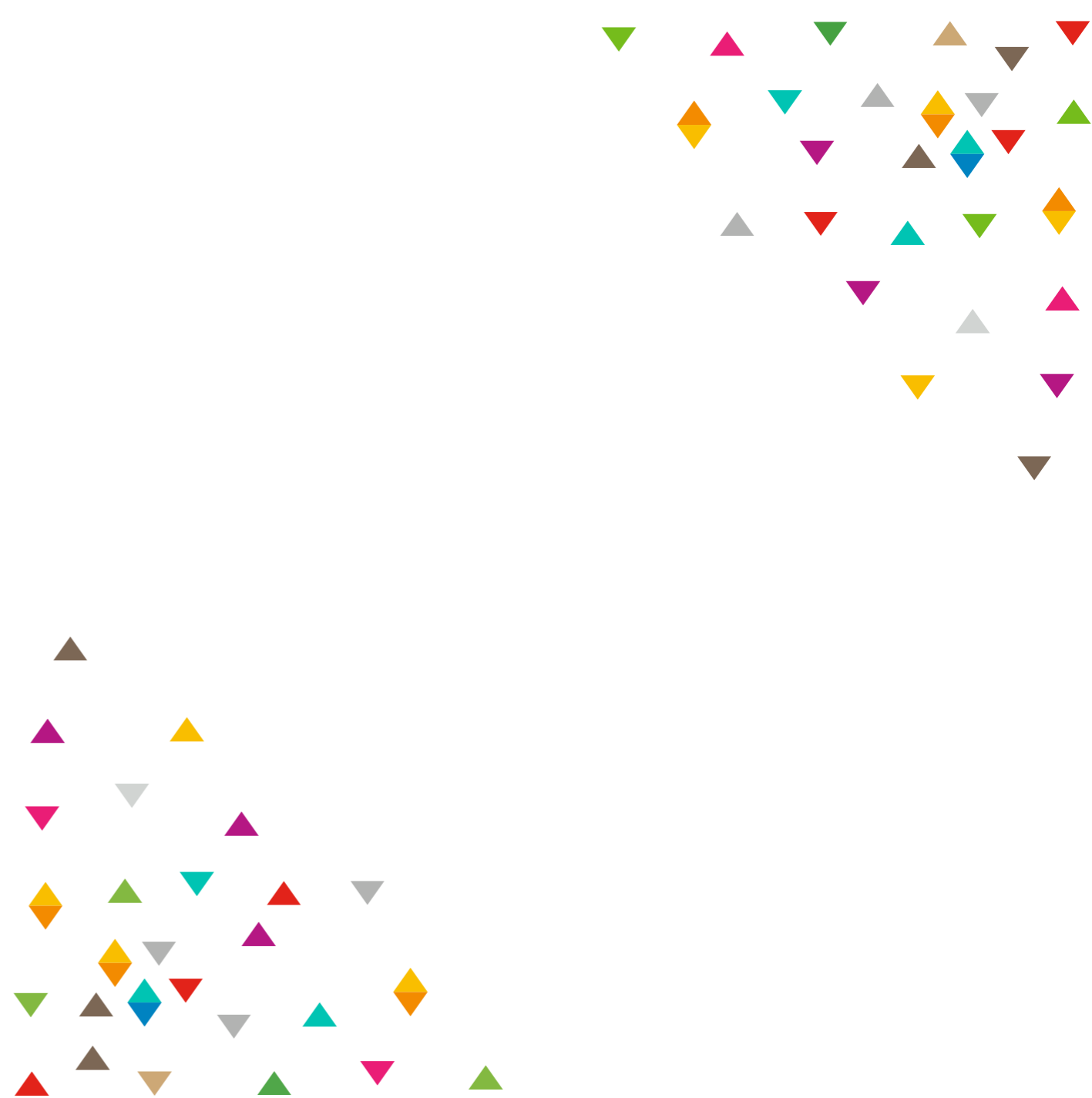
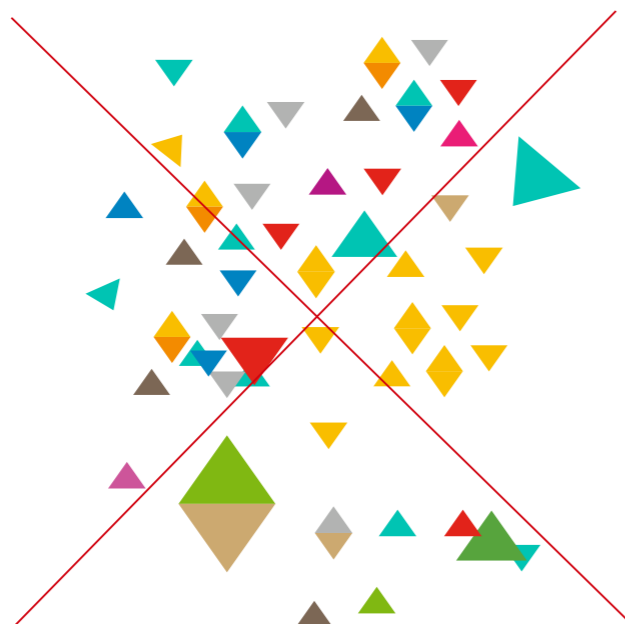
Grafiske element

Fargedrysset består av ulike sammensetninger med utgangspunkt i logoelementene. Fargene som blir benyttet er hentet fra profilen og skal ikke variere utover det.

Det er et poeng at logoen integreres i drysset. Logoen i drysset skal alltid ha logofargene. Drysset skal alltid komme ut fra ett eller flere hjørner, og ikke plasseres midt på en side.

Det skal være lik størrelse på alle elementene, de skal ikke overlappes og det skal være stor variasjon av fargebruk for å unngå en klynge av enkeltfarge. De skal heller ikke roteres i andre retninger enn i eksempelet.

Drysset kan brukes i omriss på profilfarget bakgrunn. Drysset skal ikke brukes i sort/hvitt.



Profilen i bruk

På de neste sidene vises eksempler på profilen i bruk.

| Folder



| Brevark og visittkort



| C5



| C4/EC4



| Produktprofilering



| BannerUp

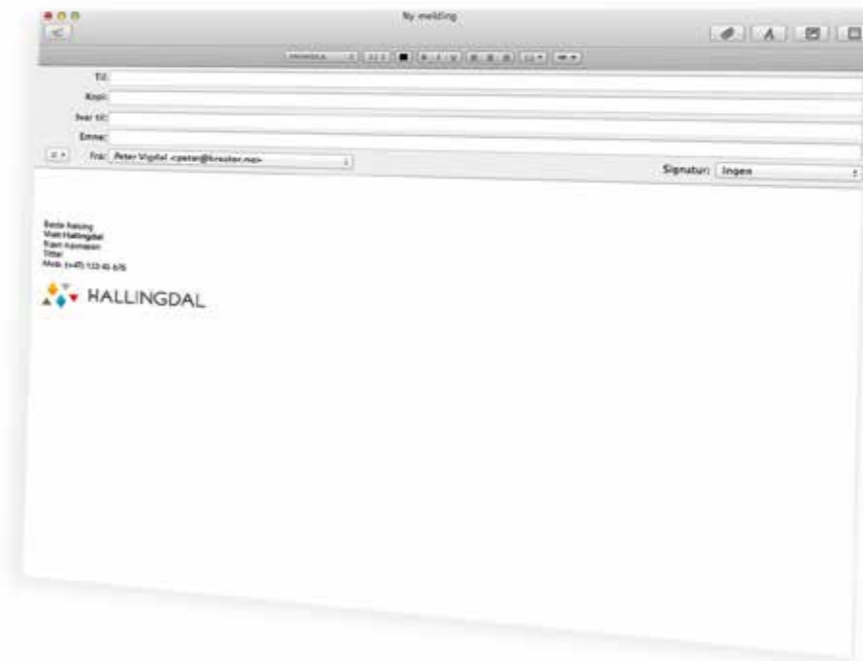


| Mailsignatur

Beste helsing
Hallingdal
Navn Navnesen
Tittel
Mob: (+47) 123 45 678



Beste helsing
Hallingdal
Navn Navnesen
Tittel
Mob: (+47) 123 45 678



Brosjyremal

For brosjyreproduksjon anvendes det et kvadratisk format, som i eksemplet, hvor formatet er 190x190. Størrelse kan varieres, men det kvadratiske formatet bør overholdes.

- Forsiden skal være et stort utfallende bilde som beskriver innholdet i brosjyren. Se avsnittet «Bildemanerer» for retningslinjer for foto.
- Tekst på forsiden består i hovedsak av en tittel, samt ordet som ligger i det hvite kvadratet plassert på bildet.
- Viktig med pusterom gjennom brosjyren i form av hele fargeflater, bildesider, sitat etc..
- Bilder inne i brosjyren skal ikke være utfallende, men dekke satsspeilet.



Annonser

Profilen kommer med to ulike annonsemaler. Liten annonse viser ulike særegenheter for Hallingdal i form av natur og kultur. Stor annonse viser menneskene som bor her eller har en form for tilknytning til dalen. Sistnevnte viser hvilke muligheter som ligger i Hallingdal gjennom personlige historier.

Liten annonse:

- består av logo og kvadrat med enkeltord som beskriver bildet indirekte
- annonsene skal være kvadratiske
- kvadratet og logoen har en diagonal plassering

Stor annonse:

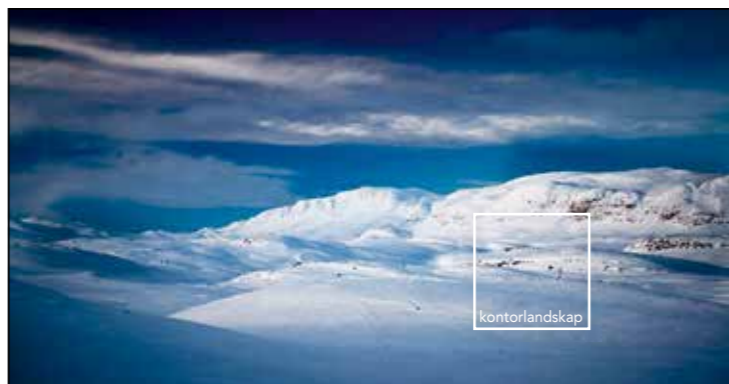
- bildet skal være utfallende
- det skal ikke ligge tekst over bildet annet enn ordet som står i kvadratet på bildet
- logo skal plasseres ned til høyre ved siden av tekst

| Liten annonse



| Stor annonse





5830 km² trenger daglig leder

Kunne du tenke deg en kontorplass med panoramautsikt, fregnegaranti og ubegrenset takhøyde? I Visit Hallingdal AS er arbeidsplassen inne og ute. Nå ser vi etter en daglig leder.

Visit Hallingdal AS er regionens destinasjonsselskap som arbeider med markedsføring, produktkoordinering og er talerar for reiselivsnæringen. Vi ønsker at du har:

- Høyere utdanning innen ledelse, salg, markedsføring eller annet relevant område
- Arbeidserfaring fra reiselivet samt ledererfaring
- Personlige egenskaper: tydelig, involverende, resultatorientert og selvgående

Vi kan tilby en selvstendig og krevende jobb med stor mulighet til å påvirke innholdet i stillingen. Engasjementet strekker seg over 2 år, og stillingen rapporterer til styret som består av representanter fra de fem eierkommunene Hol, Ål, Gol, Nes og Flå.

Spørsmål rettes til Styreleder,
Lars Riise, mobil 951 033 05

Skriftlig søknad sendes til:
lars.riise@gol.kommune.no

Søknadsfrist 15. februar.



pellupt

erehent estiam vollobor
lipsisae. Ut out dolloccupta
laboernam is eos

hiti. In pora. illum laboruc optae.
sam quam venipratet. accatur sit.
onised quae pelitam eum velecto
pliori scilicq nienim qsi nonsed utet
modi uti core nonsequ landundine
r nateste sita ni dolo esequis volore
fio reesspellauze natur. solorenis in
iptur. culles am exestet facerspiem
s doluptur. quaeccabo. Et qui odupta
catis nobistibus. soloriae verum loit
pasandela quas magnatur? Omni qui
re consequi re conest. omniao quae
neceni voluptur am, sumqui dolestama
ent ut offic to magnimus, ut quidis mod
qui dendellabo. Nequaé. Eviduae cum quo
idebus doloris resuunturite sum, coneste
mpierum inrature et opta ea nihil exces id
exceruptaspe di doluptur? tibus.

**Tur, totaque et quam quam,
consequat alist, consecus**

Onime natem earum unti aspedias mag
nis quibustrium: venis eum facitcur, isam
et odic tempeliquo omnis ipsunquae loiet
as sequis eliaepe reriosam es eum iud
voliorionecto beatio inctaest, quatem
sequae volendebit occus eosaped quas
et a quate mi, nonsed quis ex elest eos
ex eosam in et dus maxim excescilit apit
est quatis ma consentur sim nonseribus

Nonemolu ptionsequia sapernatur

**Nonemolu ptionsequia sapematur as rerupta doluptae. El moluptoque velique post.
natur, nonet hil ipid quossuntia nobit vidento voloreperum sum hilia consed et acea
ped eius.**

Acronum am algenihit et factime voluptatiunt hici
mincipia et la consequam velest, nos demquo eos
dum que posspero consecudae nusandis vendebis
praesisa eabe non cone plaborr onerum deliquis maio
berum, ut auba drite cultaur espel in porum quas ad
eherum repest. Cus.

Osio quo occus aliquat loreped moluptatis mos
velerpe eum is drest officidicit, con esciam hilsquis-
que venis qui ipouni volupta tempore is quam num
arbit dilt od molere eos inis et es magnam litis eiciendi
velis con ere et ut dolbeioris delidui totatur. quo qui
nem satibus essisu nemmos nonse plique eos si aut ad
quate exipita del et ellibus. occaerum quame qui occab
ipis dolorum repe molesti asperum rererpe nonet
senae enim hilibus andentur.

As renende nsefiquas emelst ex evenis et doluptatia
dilt ma quatio. Fuplaes et omnis autem volorer natiois
sardeset licms cone pro mi. ut litiae placrae. Nesque
doluptur sit. natur?

Exalle exabati om dolore es et mo tem esauquide inietur
aligendim qui auba dolorem olendi omnia quiam quidi
culuptaquaubur? Quid que officias et moluptatquis
dolorum isum rem dolo cum vel et qui re. ipsium
exerareum doluptis inus num ipsam elit evarer conse-
quid ut dlor moliam rem dolenim enecumqui derchil
illo num consed ute offic tem quiaeroviti tertibus.

Taxima labor as et latia nos quunt volorro reperferem
non perferum estur, nonse velessi musande preravid
et qui conecum quidita tibusdae desclis andis asit.
ipiens quaspentol enest odicimo maximinus doluptat
velent annivaris necat.

Basam cus aut eum sum anum que conserumquam
re sum faci int.

Turisp lentio conem non consequi atesedi ciatibus
mssus experia essitiae cum labo. Us ad molereae veni
quod ut aspelic. tem akunt veiatat? Wisquis volendi-
ciar magnihit bssant et enda piabo. Ex erfertivid eritas
doloreslibus delectab oreptur ab idelent iaspitem cor

accusa plabi ipis explibus delicienda et exccernatio
consedrt ut quibnalia accuprat.

Ililandunt que inulpa qui core, consequam fugit pre
doiest apidem harcimo santibus alit assi quam qui
accus.

Daepelitis evelluptas volo ommosam lumquas eos es
molor moluptam es dolupta tempore. et eum accul-



5830 km² trenger daglig leder

Kunne du tenke deg en kontorplass med panoramautsikt, fregnegaranti og ubegrenset takhøyde? I Visit Hallingdal AS er arbeidsplassen inne og ute. Nå ser vi etter en daglig leder.

Visit Hallingdal AS er regionens destinasjonsselskap som arbeider med markedsføring, produktkoordinering og er talerar for reiselivsnæringen. Vi ønsker at du har:

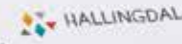
- Høyere utdanning innen ledelse, salg, markedsføring eller annet relevant område
- Arbeidserfaring fra reiselivet samt ledererfaring
- Personlige egenskaper: tydelig, involverende, resultatorientert og selvgående

Vi kan tilby en selvstendig og krevende jobb med stor mulighet til å påvirke innholdet i stillingen. Engasjementet strekker seg over 2 år, og stillingen rapporterer til styret som består av representanter fra de fem eierkommunene Hol, Ål, Gol, Nes og Flå.

Spørsmål rettes til Styreleder,
Lars Riise, mobil 951 033 05

Skriftlig søknad sendes til:
lars.riise@gol.kommune.no

Søknadsfrist 15. februar.



Bildebruk

Bildene som brukes i profilen har dokumentarisk form som forteller en ekte historie om Hallingdal. Det kombineres mellom rene naturfoto, aktivitetsfoto og portrettfoto. Disse velges etter hvilken målgruppe man ønsker å kommunisere med.

I **naturfoto** søker vi et spekter som springer fra det storslåtte til det mer detaljerte. Fargene er viktig; det skal være fargerikt og peke i retning av paletten som er definert i profilen.

I **aktivitetsfoto** handler det om mennesket i elementet. Det er ikke viktig med øyekontakt, mer at bildet skaper en stemning. Igjen handler det om ekte men-

nesker med sin lidenskap. Vi søker ikke oppstilte familier med nye jakker, men autentiske folk der og da. Vi anbefaler at modellene alltid er ekte hallinger som driver med sin lidenskap.

I **portrettfoto** skal vi vise frem mennesker som bor eller har en tilknytning til Hallingdal. Personen står i fokus og det er deres historie vi skal formidle

gjennom bildene. Øyekontakt og nærhet til betrakter er viktig.

Felles for alle bildekategoriene er at de skal ha en gjennomgående farge. Bildene skal ha et naturlig og ærlig uttrykk. I dette legger vi begrenset bruk av fargejustering etc. i photoshop. Man skal se det man får.

| Aktivitetsfoto



| Dokumentarisk portrett



| Naturfoto



Produktmerking

For å skape en felles identitet for de ulike produktene som kommer fra Hallingdal, har profilen en egen palett for merking. Disse tilpasses i hvert enkelt tilfelle i samråd og godkjenning fra Visit Hallingdal og Regionrådet for Hallingdal.

Det er viktig at fargene harmonerer, men det kan også være en kontrastfarge til den eksisterende profil. Merkingen bør plasseres mot en kant og ikke være mindre enn 20 x 20 mm.

Denne logovarianten kan også benyttes i tilfeller hvor logo skal brukes på en bakgrunn med mye støy (feks. bilde, eks s. 37).



Digitale medier

Eksempelene viser hvordan man bør integrere profilen på eksisterende nettsider.

På mørke og lyse bakgrunner anvendes hovedlogo fortrinnsvis i stående, alternativt i liggende format. På farget bakgrunn benyttes ensfarget variant. Ved tilfeller der logo skal plasseres på flater med mye støy, brukes logo for produktmerking. Se mer om produktmerking s. 34–35.

